

# EL PROPOSITO DE CORONA Y SU CONEXIÓN CON MI PROPOSITO. MARCA DE LIDERAZGO MEGA

Julio 2017 presentación CCB Empresas Mega

| **corona**

# Mi Propósito de Vida

- Desde mis Padres:
  - Querer mucho a Colombia.
  - Devolver algo de lo recibido. Se tenía deuda con la sociedad , de modo que cuando era posible, era necesario dar algo a cambio.
  - Promover los valores morales en todas las esferas de la vida. Esto significaba respetar profundamente al prójimo y creer en el: cultivar un profundo respeto por la persona y darle mucha cuerda. Elevando cometas

# Mi Propósito de Vida

- En mi vida:
  - Todo lo que haga en mi vida tiene que tener un sentido. Esto solo dura un ratito, el confrontarme con la enfermedad me dio animo para que lo que falta valga la pena.
  - Creo profundamente que todas mis acciones deben tener un impacto positivo en la sociedad.
  - Creo también en la construcción de un ambiente de trabajo satisfactorio, con liderazgos integrales y responsabilidad social.
  - Insisto en los valores y en lo social. Lo central es que haya Gente, con visión clara y ambiciosa, con mucho respeto por los demás

# EL PROPOSITO DE CORONA

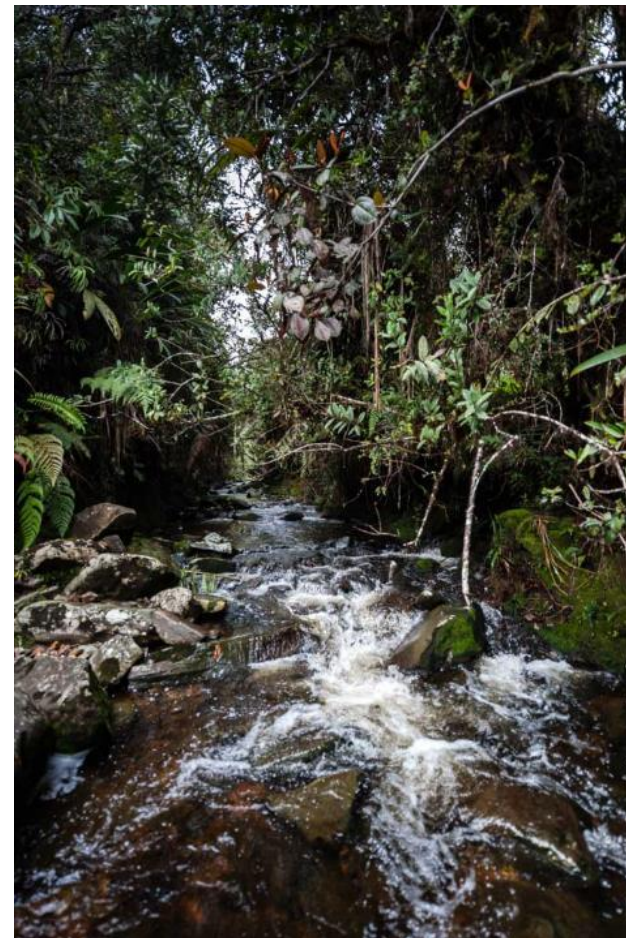
AGOSTO 2017

| **corona**

# DECLARACIÓN...

Nuestro compromiso de gestión está inspirado desde la perspectiva de la **TRIPLE CUENTA DE RESULTADOS**, generando valor a nuestros grupos de interés en términos económicos, sociales y ambientales.

De esta manera, gestionamos diferentes proyectos que enmarcamos en nuestras **PROMESAS ORGANIZACIONALES**





# Propósito Central...

**corona**

Mejoramos vidas  
transformando  
espacios

PRODUCTOS y SOLUCIONES  
integradas para los negocios de  
Insumos Industriales, Materiales  
de Construcción, Acabados y  
Mesa Servida

Ofreciendo PRODUCTOS y  
SOLUCIONES con diseño  
excepcional y asequible, garantía  
y respaldo superior, y  
responsables social y  
ambientalmente

Creemos en  
MEJORAR VIDAS  
TRANSFORMANDO  
ESPACIOS

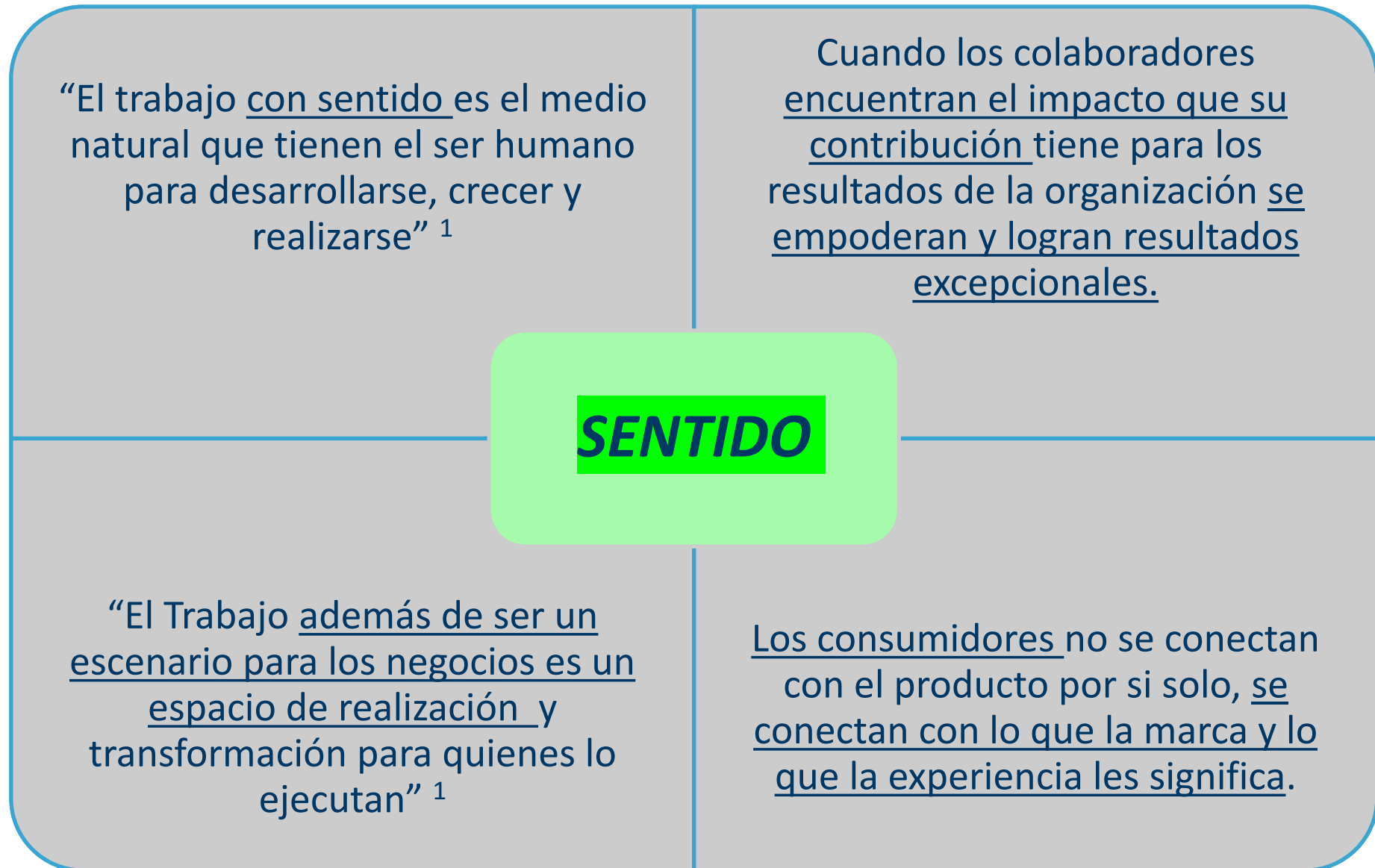
What?

How?

Why?



# Conexión de Propósitos: VISION Y SENTIDO



“Creemos que convocar a la Organización por una VISION de futuro NOBLE Y RETADORA, los esfuerzos se orientan en la misma dirección.” <sup>1</sup>

***VISION***

“ La responsabilidad del líder es ayudar a construir y compartir la visión retadora, buscando que cada uno de sus colaboradores encuentre en ella el sentido de su trabajo, con lo cual convoca lo mejor de su gente hacia resultados extraordinarios”<sup>1</sup>.

**La Visión de Corona.....La MEGA 2025...**

# La Visión de Corona.....La MEGA 2025...

- **Ventas de COP \$6 billones y un margen EBITDA del 17%:**

Trabajando como una sola Corona y totalmente enfocados en el *core* y en los consumidores ganaremos en los mercados.

- **Ser una de las 10 mejores empresas para trabajar en Latinoamérica:**

Todos tenemos que seguir construyendo el mejor ambiente laboral para asegurar que desarrollamos, atraemos y retenemos el mejor talento.

- **Cero vertimientos y cero residuos industriales, impulsar el desarrollo social:**

Fortaleceremos los procesos de manufactura en pro del medio ambiente y cada uno de nosotros contribuirá a impulsar el desarrollo social.



# Mover la Aguja: LA MEGA

# AGENDA

## La Estrategia Corporativa de Corona Industrial...

### TRIPLE CUENTA + VALORES

Promesas derivadas de la Triple Cuenta

**Crece  
orientados al  
consumidor**

**Incrementar  
competitividad**

**Potenciar  
nuestra gente**

**Ser responsables  
social y  
ambientalmente**

Propósito  
Central

MEGA

Propuesta  
de valor

Capacidades

Objetivos

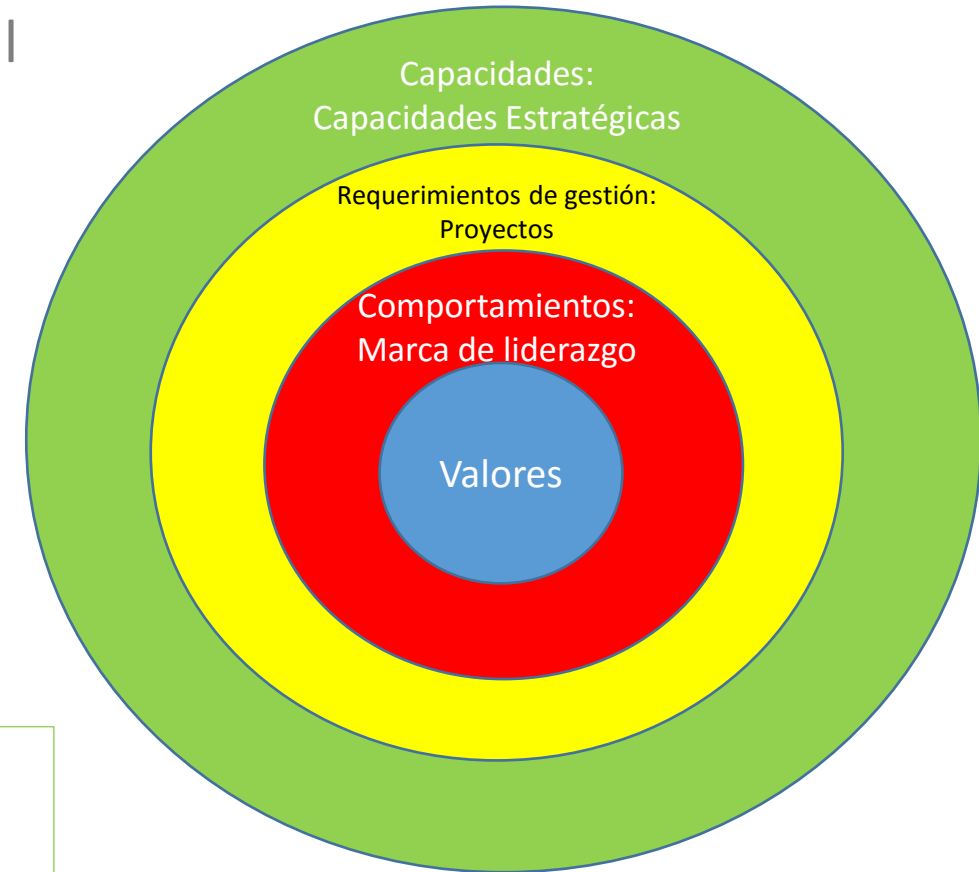
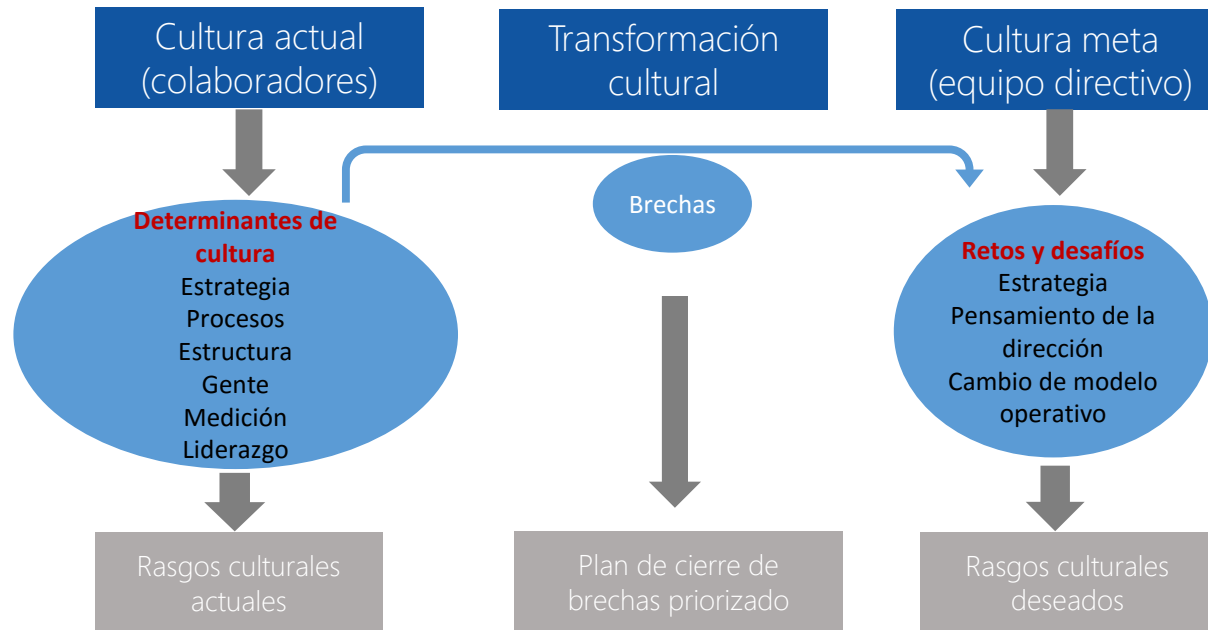
Iniciativas  
y/o  
Proyectos

Tablero de  
control

# Balanced scorecard

FOCO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR CLAVE	TARGET
MEGA	<ol style="list-style-type: none"><li>Incrementar el valor de las ventas.</li><li>Incrementar la rentabilidad del negocio.</li><li>Ser uno de los mejores lugares para trabajar en Latinoamérica.</li><li>Ser una empresa responsable social y ambientalmente.</li><li>Gestionar el talento y cultura a nivel multinacional.</li></ol>	Ventas (COP\$ Millones)	
		Ebitda (COP\$ Millones)	
		Endeudamiento	
		ROE y ROIC	
		Ambiente Laboral (GPTW)	
		Índice de Lesiones Incapacitantes (ILI)	
		Compuesto Ambiental	
		Impacto positivo en Comunidades (# Personas)	
Propuesta de Valor	<ol style="list-style-type: none"><li>Conocer profundamente el consumidor.</li><li>Incrementar el valor de las marcas.</li><li>Innovación de producto ágil y orientada al consumidor.</li><li>Entregar al menor costo y cumpliendo la promesa de servicio.</li></ol>	Satisfacción del Cliente	
		Equity de Marca	
		Market Share Colombia (%)	
		Calidad	
Capacidades	<ol style="list-style-type: none"><li>Lograr una Manufactura competitiva y eficiente.</li></ol>	Line Fill Rate/OTIF	
		Vitalidad de Portafolio	

# Modelo para la transformación cultural



Para la construcción de los rasgos deseados las preguntas son:

1. Qué rasgos necesitamos en las personas para que los valores se cumplan?
2. Qué rasgos necesitamos en las personas para que la marca de liderazgo se de?
3. Qué rasgos necesitamos en las personas para que se materialicen las promesas?
4. Qué rasgos necesitamos en las personas para que se hagan realidad las capacidades organizacionales?



corona

NUESTROS VALORES

# En el 2015-2016 revisamos, actualizamos y comunicamos la Estrategia Corporativa de Corona

## Valores

### *Fundacionales / El Ser...*

- Pasión por el servicio
- Somos íntegros, austeros, sencillos y respetuosos
- Responsables con la sociedad

### *Creenciales / El Hacer...*

- Innovación
- Trabajo colaborativo
- Ágiles, simples y veloces







MARCA DE LIDERAZGO

corona

# ATRIBUTOS DE NUESTROS LÍDERES - MARCA DE LIDERAZGO

## CONSTRUYE VISIÓN Y SENTIDO.

Sabe hacia dónde va, construye visión y le da sentido a las cosas.

## COHERENTE E ÍNTEGRO.

Trata a todos con equilibrio, cumple compromisos y vive nuestros valores.

## ORIENTADO AL CLIENTE.

Brinda una experiencia superior a través de productos y soluciones de alta calidad.

**OBTIENE RESULTADOS DE MANERA ÁGIL.** Se compromete con un QUÉ y un CÓMO y se enfoca en las soluciones y no en las excusas.

**PROMUEVE LA INNOVACIÓN.** acompaña la creatividad con estrategias que hagan realidad las ideas al servicio de los resultados

**CUIDA A SU GENTE Y LOS ACOMPAÑA.** Cada líder cuida a su gente en su relación con el trabajo, el bienestar, la salud y la seguridad.

# CAPACIDADES ESTRATÉGICAS

Declaramos 5 capacidades estratégicas que apoyan el logro de la MEGA y la entrega de la propuesta de valor al consumidor.

## Capacidades estratégicas encadenadas:

- Innovación de producto ágil y orientada al consumidor
- Gestión efectiva del Go to Market en diferentes negocios y geografías
- Cadena de abastecimiento que asegura disponibilidad al menor costo
- Manufactura altamente competitiva para el mercado objetivo
- Gestión de adquisiciones e integración de negocios a nivel internacional



# Seguimiento y Cambio



# Varios factores tanto internos de Corona como externos nos llevaron a revisar la Estrategia y el modelo operativo...

Operaciones de  
manufactura en 7 países



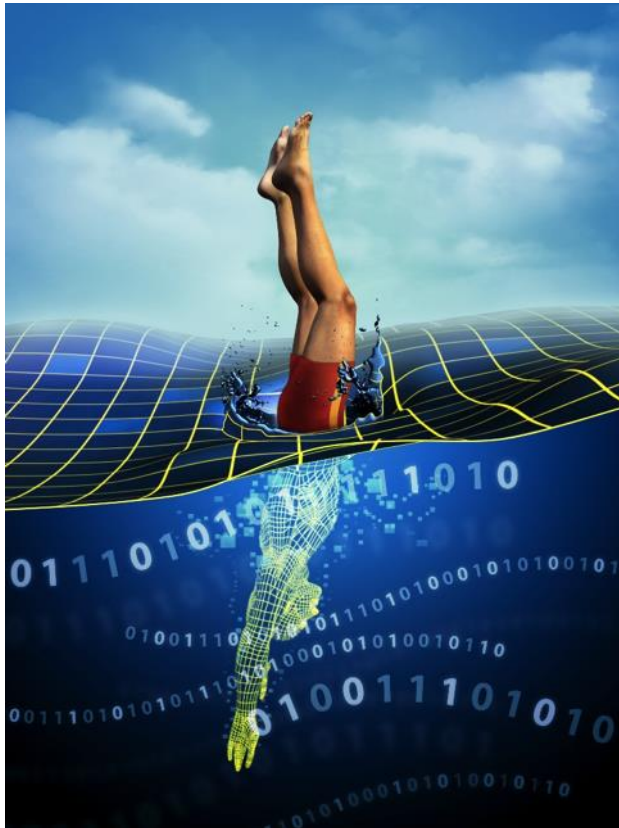
Portafolio de productos y servicios  
diversificado, y próximamente cementos



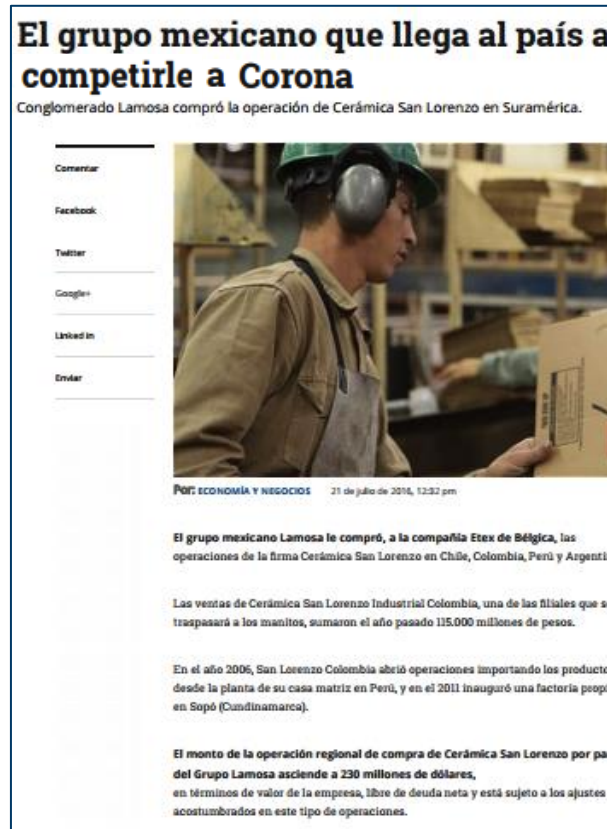
## ECOCEMENTOS

# Varios factores tanto internos de Corona como externos nos llevaron a revisar la Estrategia y el modelo operativo...

Cambios profundos del  
mundo digital



Mercados más  
competitivos y complejos



Entorno social, político y  
económico mundial





# En el 2015-2016 revisamos, actualizamos y comunicamos la Estrategia Corporativa de Corona

## Definimos el Propósito Central

Mejoramos vidas transformando espacios.

## Definimos la MEGA para el año 2025

- Ser una multinacional Colombiana con ventas de COP \$6 billones y un margen EBITDA del 17%.
- Ser reconocidos como una de las 10 mejores empresas para trabajar en Latinoamérica.
- Ser reconocidos por el compromiso ambiental al lograr **cero vertimientos y cero residuos industriales**, y por impulsar el desarrollo social de nuestros grupos de interés beneficiando a más de 100.000 personas.



# En el 2015-2016 revisamos, actualizamos y comunicamos la Estrategia Corporativa de Corona

## Nuestra Propuesta de Valor para los Consumidores...

- Productos y soluciones integradas e innovadoras, con funcionalidad superior y diseño excepcional.
- Omnicalidad para lograr cercanía y expresar nuestras marcas.
- Garantía y respaldo que genera seguridad y confianza.
- Liderazgo en responsabilidad social y ambiental.





# La Estrategia nos generó una reflexión sobre el modelo operativo...

## ¿Qué buscamos con el nuevo modelo operativo?

Consolidar una **organización más balanceada**



Aumentar el **foco en los negocios internacionales**



Fomentar la capacidad de **innovar en nuevos negocios**



Ser más **ágiles**



Ser más **competitivos**

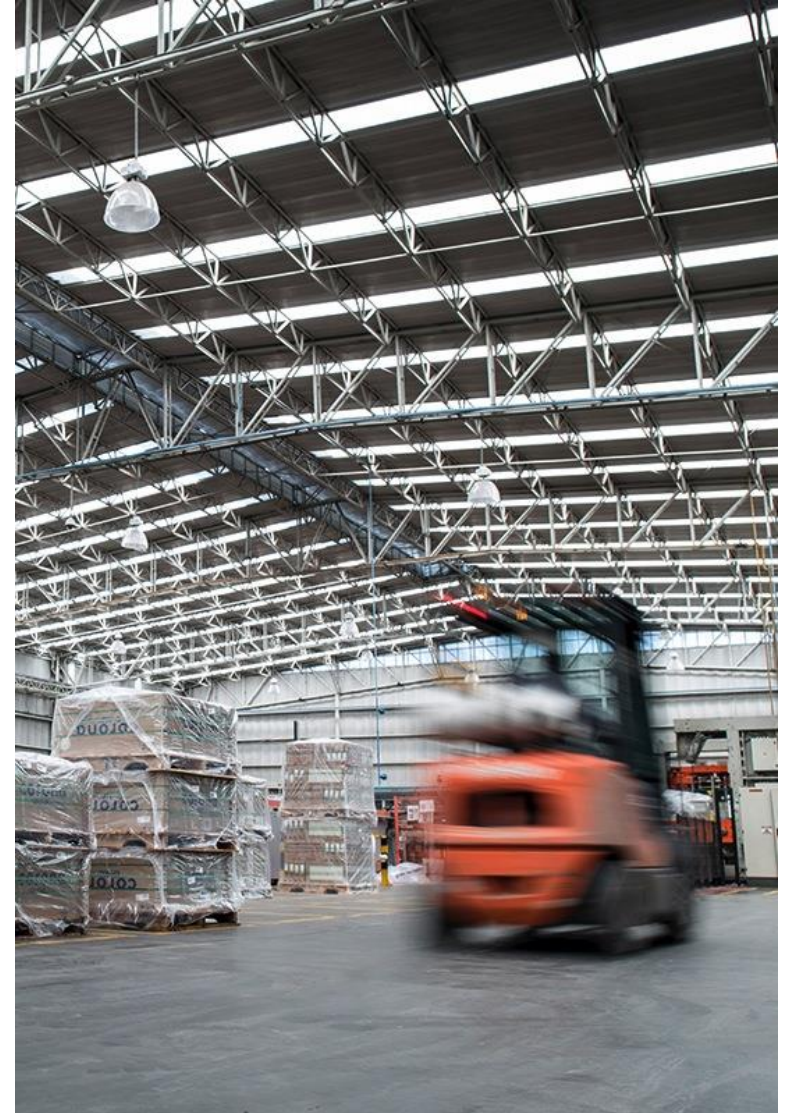


Ser más **cercanos al consumidor final**



# Desarrollaremos y fortaleceremos nuestras Capacidades estratégicas...

- Innovación de producto ágil y orientada al consumidor
- Gestión efectiva del Go to Market
- Cadena de abastecimiento que asegura disponibilidad al menor costo.





# Desarrollaremos y fortaleceremos nuestras Capacidades estratégicas...

- Manufactura altamente competitiva.
- Gestión de adquisiciones e integración de negocios a nivel internacional



**¡Juntos lograremos hacer realidad nuestro propósito central de mejorar vidas transformando espacios!**

